

Globant ▶

AI APPLICATA: SPORT

L'AI STA CAMBIANDO LE REGOLE DEL GIOCO



L'intelligenza artificiale sta trasformando radicalmente

IL SETTORE DELLO SPORT

svelando nuove opportunità di guadagno per le organizzazioni sportive, ottimizzando le operazioni e coinvolgendo i fan nell'azione come mai prima d'ora.

Si prevede che, entro l'anno 2026, il mercato globale dello sport supererà il valore di 700 miliardi di dollari in dollari.





INTRODUZIONE

SE I MARCHI

SPORTIVI

SFRUTTERANNO LE CAPACITÀ

dell'intelligenza artificiale, sbloccheranno conoscenze preziose da una grande quantità di dati, rafforzando un potere decisionale migliore e più rapido, delle migliori prestazioni di gruppo ed esperienze ultra-personalizzate per i fan.



Il potenziale dell'intelligenza artificiale di rimodellare sia le operazioni front-face che quelle di back-end continuerà a plasmare il futuro dello sport, reinventando il modo in cui interagiamo e comprendiamo questo settore dinamico.

Si prevede che il mercato globale dell'intelligenza artificiale dello sport raggiungerà i 19,2 miliardi di dollari entro il 2030, crescendo ad un CAGR del 30,3% dal 2021 al 2030.

Questo rapporto approfondisce le molteplici applicazioni dell'AI nel panorama sportivo, dall'amplificazione delle prestazioni dei team e l'ottimizzazione delle opportunità di sponsorizzazione alla semplificazione delle operazioni sportive fino alla rivoluzione dell'esperienza dei fan attraverso interazioni omnicanale fluide.

AUMENTARE IL COINVOLGIMENTO

dei fan: un'esperienza sportiva su misura

L'intelligenza

artificiale sta eliminando gli intermediari tra le organizzazioni sportive, consentendo loro di reinventare il modo in cui i fan interagiscono con le loro squadre e atleti preferiti.

Le organizzazioni possono superare le barriere linguistiche e attrarre i fan di tutto il mondo grazie a soluzioni basate sull'intelligenza artificiale, come la traduzione dei sottotitoli in tempo reale.

Gli highlight reel generati automaticamente e personalizzati in base agli interessi di ciascun fan offrono un'esperienza convincente che lo coinvolge e lo spinge a tornare.

I riepiloghi di gioco inclusivi soddisfano un'ampia gamma di interessi, presentando panoramiche sintetiche per i follower occasionali e consentendo agli appassionati di esplorare in profondità eventi e clip specifici.

L'intelligenza artificiale facilita la creazione di contenuti altamente personalizzati, come video, testi e immagini, esaminando le preferenze individuali e creando un'esperienza più profonda e coinvolgente per i fan. Essendo meno sensibile di settori come quello sanitario o farmaceutico, l'industria sportiva rappresenta un ambiente ottimale per questo tipo di produzione di contenuti.



Gonzalo Zarza

Chief Data Officer (CDO)
di LaLiga Tech

“Una parte significativa del settore sportivo ruota attorno allo storytelling, e l'AI offre un approccio innato per applicarlo nella generazione di contenuti per interagire con le basi di fan globali in continua espansione.”

L'intelligenza artificiale fornisce preziosi spunti

sulle discussioni sui social media e sui feedback degli utenti, consentendo alle organizzazioni di comprendere e connettersi meglio con il proprio pubblico. **Questa tecnologia promuove il coinvolgimento in tempo reale attraverso canali non digitali, colmando il divario tra l'azione sul campo e l'interazione con i tifosi.**

Inoltre, le raccomandazioni basate sull'intelligenza artificiale fanno scoprire ai fan nuovi sport o giocatori che rispondono ai loro interessi. Ad esempio, un appassionato australiano di baseball potrebbe essere incoraggiato a guardare una squadra di cricket con un atleta australiano.

L'intelligenza artificiale può anche modellare gli scenari dei tornei e prevedere i risultati in base alle diverse condizioni, offrendo ai fan un metodo accattivante e interattivo per approfondire il mondo dello sport.

L'intelligenza artificiale ha il potenziale per migliorare molteplici attività di marketing all'interno delle aziende. Gli studi indicano che il

57%

dei professionisti

del marketing B2B impiega chatbot AI per generare domanda; ciò consente loro di comprendere meglio il proprio pubblico di riferimento. r

Gestione delle prestazioni:

liberare il

POTENZIALE DEGLI ATLETI

grazie all'intelligenza artificiale



L'intelligenza artificiale può prevedere con precisione la
probabilità che i
giocatori non giochino
la prossima stagione
**con una percentuale
di successo del 96%.**

La gestione degli atleti sale di livello
con l'intelligenza artificiale, dai regimi di
allenamento supportati da dati all'analisi
delle partite in tempo reale.

- **Consolidando ed esaminando i dati più disparati**, allenatori e preparatori possono prendere decisioni consapevoli e in tempo reale riguardanti l'allenamento e l'alimentazione, garantendo che gli atleti raggiungano il loro massimo potenziale.
- **L'identificazione delle azioni e dell'attenzione basata sull'intelligenza artificiale** enfatizza le aree da migliorare, come la concentrazione di un atleta durante una partita.
- **Utilizzando la visione artificiale**, i talent scout possono scoprire la prossima generazione di atleti esperti e individuare potenziali superstar.
- **Questa stessa tecnologia favorisce** valutazioni accurate delle prestazioni dei giocatori e suggerimenti generati dall'intelligenza artificiale per approcci di allenamento personalizzati.
- **Le simulazioni di gioco forniscono ai team** la capacità di anticipare le proprie prestazioni contro gli avversari, consentendo lo sviluppo di strategie mirate alle vulnerabilità degli avversari.
- **Gli strumenti di reclutamento supportati dall'intelligenza artificiale** valutano la compatibilità delle potenziali reclute con i membri del team esistenti e raccomandano approcci commerciali ottimali per comporre una rosa vincente.

Perfect Shot di Globant

Il progetto ha dimostrato la potenza dell'intelligenza artificiale nella gestione delle prestazioni. Utilizzando l'intelligenza artificiale, l'analisi biomeccanica e i dati dei migliori calciatori, abbiamo ideato un modello per il miglior tiro in porta. Abbiamo quindi testato questo modello in uno scenario reale, dimostrando come la tecnologia possa migliorare le prestazioni atletiche e affermando il potenziale trasformativo dell'intelligenza artificiale applicata allo sport.

Si prevede che l'integrazione dell'AI nello sport possa migliorare le prestazioni individuali e di squadra, con un miglioramento medio del 17% per i singoli e del 28% per le squadre. L'intelligenza artificiale può anche migliorare il valore della formazione incrociata in base al ruolo o alla posizione della squadra tra il 9 e il 32%.





Il futuro

dello sport è alimentato dall'intelligenza artificiale. La prossima generazione di atleti e allenatori trarrà vantaggio da strumenti innovativi.

Con il progredire dei sistemi di intelligenza artificiale, possono valutare le prestazioni con un grado di precisione irraggiungibile dall'analisi umana. Questa transizione implica che i team che rinunciano ad adottare la tecnologia AI possono andare incontro a uno svantaggio competitivo. **Grazie all'uso dell'AI, è possibile prevenire fino al 65% delle disfunzioni cognitive a lungo termine causate dalle commozioni cerebrali.**



Ernesto Luna Madrid

Sports Lead at Globant

“ In definitiva, il minimo vantaggio può fare la differenza tra vincere e perdere. Di conseguenza, le organizzazioni sportive utilizzeranno l'intelligenza artificiale in modi ancora più innovativi per analizzare le proprie prestazioni e ottenere informazioni utili per superare altre squadre e organizzazioni”.

Tuttavia, le organizzazioni sportive devono considerare la sicurezza dei dati quando implementano l'intelligenza artificiale, concentrandosi sulla conformità e rispettando i diritti alla privacy dei dati degli atleti e dei singoli individui. Nel superare questo ostacolo, i potenziali vantaggi derivanti dall'impiego di strumenti basati sull'intelligenza artificiale per aumentare le prestazioni diventeranno rapidamente chiari.

OTTIMIZZAZIONE DELLA SPONSORIZZAZIONE:

sfruttare al meglio l'intelligenza
artificiale per ottenere
rendimenti ottimali



#soccer

See Translation

Original Song



Home



Shop



Inbox



Profile



3.5k



250



750



520



Il settore della sponsorizzazione sportiva utilizza l'intelligenza artificiale per creare opportunità mai viste prima per partnership **più efficienti e remunerative.**

- Gli A/B testing dei messaggi di marketing formulati dall'intelligenza artificiale perfezionano le campagne per ottenere il massimo ROI
- Una migliore segmentazione del pubblico utilizza dati di prima parte, terza parte e "zero-party" per produrre esperienze mirate e significative, sia a casa che in loco.
- Il monitoraggio in tempo reale del sentiment sui social media consente agli sponsor di reagire tempestivamente e adattarsi alle preferenze in continua evoluzione del proprio pubblico.
- In base alla posizione sul campo e alla probabilità di visualizzazione, i modelli di prezzo basati sull'intelligenza artificiale garantiscono agli sponsor di ottenere il miglior valore per i propri investimenti.
- L'intelligenza artificiale aiuta inoltre a ideare la campagna ideale proponendo i dati demografici target più adatti e i canali disponibili, garantendo che le campagne richiamino l'attenzione del pubblico previsto.
- Raccomandando giocatori con sponsorizzazioni "complementari", l'intelligenza artificiale promuove partnership reciprocamente vantaggiose tra marchi e atleti.

Entro i prossimi cinque anni, più di un quarto delle attività svolte da

74%
degli esperti

di marketing sarà automatizzato attraverso l'uso dell'AI.



Operazioni SPORTIVE:

migliorare l'efficienza e il coinvolgimento grazie all'intelligenza artificiale

LE OPERAZIONI SPORTIVE stanno subendo una trasformazione radicale,

con l'AI che svolge un ruolo fondamentale nel migliorare le esperienze dei tifosi e nell'ottimizzare i flussi di lavoro operativi. Ciò include tutto, dalla gestione della sede alla programmazione delle partite e persino al miglioramento dei protocolli di sicurezza.



Gonzalo Zarza

Chief Data Officer (CDO)
del LaLiga Tech e Globant

“

L'intelligenza artificiale è incredibilmente potente nel campo delle operazioni sportive, andando oltre gli usi tradizionali come la gestione della folla e la sicurezza per arrivare ad aree come la valutazione ambientale e la pianificazione delle partite”, ha affermato Gonzalo Zarza, Chief Data Officer (CDO) presso LaLiga Tech e Globant. “In Globant, utilizziamo l'intelligenza artificiale per elaborare strategie di coinvolgimento dei tifosi incentrate sui dati di impatto ambientale, sociale e di governance (ESG), rafforzando al contempo la reputazione dei marchi sportivi.”

Simulazioni del flusso di folla

Le simulazioni del flusso di folla basate sull'intelligenza artificiale migliorano l'allocazione delle risorse, facilitando una migliore gestione della folla e fornendo esperienze fluide ai partecipanti. Allo stesso tempo, l'intelligenza artificiale consente strategie di uscita e coordinamento più efficaci, garantendo che i fan possano lasciare la sede senza problemi e in sicurezza dopo gli eventi.

Sicurezza

Le tecnologie di visione artificiale individuano e rispondono ai potenziali pericoli, potenziando le capacità di pianificazione e risposta. I livelli di coinvolgimento del pubblico vengono monitorati in tempo reale, consentendo al personale di individuare e risolvere rapidamente i problemi.

Pianificazione

Il selettore calendario di LaLiga Tech utilizza l'intelligenza artificiale per selezionare gli orari e le date più adatte per le partite, tenendo conto di fattori come il tempo, i viaggi e altri eventi concorrenti per garantire un pubblico ottimale allo stadio e in TV.

Vedere al dettaglio

Globant sta innovando i metodi per l'ingresso negli stadi e le transazioni senza contanti, utilizzando tecnologie come la biometria e il riconoscimento facciale. In modo analogo ad Amazon Go, questi nuovi strumenti consentono ai tifosi di entrare negli stadi, effettuare acquisti e far sì che le loro transazioni vengano riconosciute ed elaborate automaticamente.

Al fine di migliorare l'esperienza del cliente, il

60%
dei professionisti

del marketing utilizza l'intelligenza artificiale per prevedere e anticipare il comportamento e le esigenze dei clienti.



Operazioni

L'intelligenza artificiale viene impiegata per creare digital twin degli stadi, generando dati in tempo reale sulla densità della folla, sui movimenti del traffico e sulle procedure degli eventi per aiutare le sedi a gestirli in modo efficace.

Con la soluzione **SustAI** di Globant, un modulo della nostra piattaforma di process mining **Navigate**, questa tecnologia digital twin si estende alle emissioni di CO2. SustAI applica analisi avanzate e apprendimento automatico per offrire approfondimenti sull'impatto ambientale di un'organizzazione, consentendole di ottimizzare i processi della catena di fornitura e allinearsi agli obiettivi di sostenibilità.



STRATEGIA VINCENTE:

linee guida per l'implementazione dell'AI

Gli early adopter vincono nel gioco dell'intelligenza artificiale e le organizzazioni sportive sono ancora in tempo per sfruttare le capacità offerte dall'intelligenza artificiale.

Aderendo ad un approccio sistematico, le organizzazioni possono incorporare con successo soluzioni di intelligenza artificiale personalizzate in base alle loro esigenze, riducendo al minimo i potenziali rischi.



Martin Nanni

CTO dell'Europa di Globant

“

La sfida principale che lo sport deve affrontare riguardo alla trasformazione digitale è la vertigine di un immenso cambiamento”, ha affermato Martin Nanni, CTO per l'Europa di Globant. “Il segreto sta nel rendersi conto che si tratta di una serie di passaggi e che questa sfida non è diversa da quella di altri settori.”

Queste linee guida consentono alle organizzazioni sportive di elaborare e mettere in atto in modo efficace una strategia di intelligenza artificiale che risponda alle loro esigenze e ai loro obiettivi specifici, mitigando al contempo i potenziali rischi.

Questo approccio strategico consentirà alle organizzazioni di sfruttare il potenziale dell'intelligenza artificiale per aumentare il coinvolgimento dei fan, ottimizzare le prestazioni atletiche e, in definitiva, rimodellare il settore sportivo.

1.

Definire gli obiettivi aziendali:

iniziare descrivendo in dettaglio gli obiettivi strategici dell'organizzazione, come l'espansione della quota di mercato, l'aumento dell'efficienza o la produzione di più metriche. Non implementare frettolosamente l'AI senza una chiara comprensione delle questioni che si intende affrontare.

2.

Esamina le opzioni dell'AI:

dopo avere determinato i propri obiettivi aziendali, esaminare le soluzioni di intelligenza artificiale che possono consentire di raggiungerli. In alcuni casi, potrebbero essere già disponibili soluzioni esistenti che possono essere facilmente integrate, mentre in altri casi potrebbe essere necessario sviluppare soluzioni su misura.

3.

Consultare specialisti del settore:

affidarsi alle conoscenze dei professionisti del settore per valutare la fattibilità delle soluzioni di intelligenza artificiale proposte. Ad esempio, quando si valutano le opportunità di sponsorizzazione, consultare esperti che comprendano gli angoli di ripresa, la trasmissione e i requisiti contrattuali.

4.

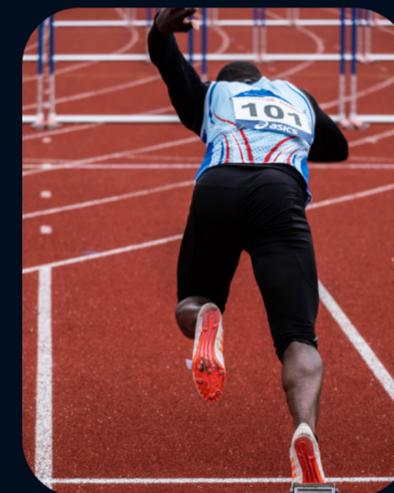
Valutare rischi e sfide:

tenere presente i potenziali rischi associati all'implementazione dell'AI, come le questioni legali, la proprietà intellettuale e la responsabilità per i risultati generati dall'AI. Considerare anche i costi che ne derivano, poiché non tutte le soluzioni di intelligenza artificiale continueranno a essere gratuite in futuro.

5.

Costituire un team competente:

formare un team di esperti per come supporto per l'implementazione della propria strategia di intelligenza artificiale e scegliere i migliori partner sul mercato per assicurarsi il successo.



La strada da percorrere:

il futuro dell'AI nello sport

Il futuro delle applicazioni dell'intelligenza artificiale nello sport è ricco di potenzialità entusiasmanti.

L'iper-personalizzazione consentirà alle organizzazioni di individuare e cogliere momenti particolari in cui i fan sono più sensibili ai contenuti personalizzati. Ciò significa fornire ai fan esattamente ciò che desiderano in tempo reale, utilizzando tecniche avanzate di personalizzazione e contestualizzazione.

Inoltre, l'intelligenza artificiale faciliterà la perfetta integrazione di diversi punti di contatto all'interno dell'ecosistema sportivo. Man mano che i fan interagiscono con vari dispositivi e piattaforme, le informazioni accumulate possono essere unite per produrre contenuti altamente personalizzati adattati alle loro preferenze. I marchi possono quindi utilizzare soluzioni di intelligenza artificiale generativa, come GPT di OpenAI, per generare automaticamente contenuti basati su questi input, culminando in un'esperienza avvincente e coinvolgente per i fan.

Agli atleti, l'intelligenza artificiale fornirà analisi e feedback delle prestazioni in tempo reale molto più sofisticati. Raccogliendo dati tramite telecamere e altri sensori, l'intelligenza artificiale è in grado di valutare l'anticipo, il movimento e il gameplay di un atleta, offrendo informazioni utili durante una partita.

Questo metodo basato sui dati contribuirà a ottimizzare le prestazioni e a mitigare i rischi di infortuni.

L'intelligenza artificiale ha anche il potenziale per rivoluzionare il marketing e l'esposizione delle organizzazioni sportive. Acquisendo e migliorando le immagini dei giocatori nei momenti cruciali, le squadre potrebbero utilizzare l'intelligenza artificiale per creare contenuti attraenti per i social media e altri canali di marketing.





Ernesto Luna Madrid

Sports Lead di Globant

“ Il ritmo sorprendente dei progressi dell’intelligenza artificiale stupisce anche i pionieri della tecnologia e rende imprevedibile il futuro dello sport. Mentre la prossima generazione di giocatori e squadre nell’ecosistema sfrutta tutto il potenziale dell’intelligenza artificiale, l’adozione di questa tecnologia spingerà gli atleti e le squadre verso nuovi traguardi, ridefinendo al contempo il modo in cui i fan interagiscono con i loro sport preferiti”.

Analogamente a come i primi telefoni cellulari si sono evoluti nei potenti smartphone iperconnessi di oggi, la tecnologia AI segue una traiettoria difficile da prevedere. **Di conseguenza, le organizzazioni sportive devono tenersi aggiornate sui progressi della tecnologia AI, poiché rimanere indietro potrebbe avere gravi implicazioni.**



IL RUOLO DI GLOBANT

In qualità di consulente strategico, Globant assiste nell'individuazione delle esigenze aziendali specifiche e propone le migliori soluzioni di intelligenza artificiale per il lavoro. Sviluppiamo inoltre soluzioni personalizzate su misura per i requisiti specifici di un'organizzazione o sfruttiamo prodotti e soluzioni esistenti per accelerare il processo di sviluppo e ridurre il time-to-market.

In qualità di partner di fiducia, guidiamo i clienti attraverso le complessità dell'adozione dell'intelligenza artificiale, aiutandoli a sbloccare il pieno potenziale di questa tecnologia innovativa. Le nostre partnership si concentrano sulla semplificazione del processo di implementazione e sul targeting di aree ad alto valore aggiunto più praticabili e non troppo sensibili al rischio.

Il ruolo di Globant nel supportare i marchi sportivi che desiderano trasformare le proprie operazioni attraverso l'intelligenza artificiale può essere suddiviso in tre aree principali:

- **Consulenza strategica:** Globant può agire come consulente strategico o Chief AI Officer on-demand, guidando la strategia AI e il suo potenziale impatto sull'organizzazione.
- **Implementazione dell'intelligenza artificiale personalizzata:** Globant può fornire servizi tradizionali di consulenza e implementazione per marchi sportivi che hanno già individuato uno specifico obiettivo di business e che necessitano di assistenza per lo sviluppo di una soluzione AI su misura.
- **Sfruttare i prodotti esistenti:** Globant offre soluzioni AI predefinite per lo sport e l'intrattenimento, consentendo ai marchi sportivi di ridurre il time-to-market e di beneficiare di una proposta di valore comprovata, integrando perfettamente queste soluzioni nelle loro attività esistenti.



Martin Nanni

CTO of Europe at Globant

“ La tecnologia offre alle organizzazioni sportive l'opportunità di ottimizzare le entrate provenienti dagli sponsor, di connettersi con i fan a livello globale e di sviluppare nuovi prodotti. Ogni organizzazione possiede un valore intrinseco nel proprio marchio, nel rapporto con i fan e così via. L'esperienza di Globant con la tecnologia AI può aiutarli a racchiudere quel valore e renderlo accessibile.”

Riguardo **Globant**

Siamo un'azienda nativa digitale che aiuta le organizzazioni a reinventarsi e a liberare il proprio potenziale. Siamo il luogo in cui l'innovazione, il design e l'ingegneria si incontrano.

- Abbiamo più di 27.500 dipendenti e siamo presenti in 30 Paesi e 5 continenti, dove lavoriamo per aziende come Google, Electronic Arts e Santander, tra altre.
- Siamo stati nominati Leader mondiale nei servizi di intelligenza artificiale (2023) e Leader mondiale nei servizi di miglioramento della CX (2020) dal rapporto IDC MarketScape.
- Secondo Fortune, siamo tra le 100 aziende a più rapida crescita al mondo nel 2023.
- Siamo stati anche presentati come caso di studio aziendale ad Harvard, MIT e Stanford.
- Siamo membri della The Green Software Foundation (GSF) e del Cybersecurity Tech Accord.

Per ulteriori informazioni, visitate il sito www.globant.com

Dichiarazione di responsabilità

Questo rapporto ha solamente scopi informativi ed è basato su informazioni di dominio pubblico. Nonostante le informazioni fornite siano state ottenute da fonti ritenute affidabili, né Globant né nessuna delle sue affiliate, direttori, funzionari o agenti attestano la sua esattezza o completezza.

Non viene resa alcuna dichiarazione o garanzia, sia essa espressa o implicita, riguardo all'integrità, precisione, tempestività o idoneità di alcun dato o informazione contenuta nel rapporto. Globant non sarà responsabile in nessun caso per danni diretti o indiretti di qualsiasi tipo (inclusi danni incidentali, speciali, consequenziali o esemplari, così come lucro cessante, tra gli altri) che potrebbero sorgere o derivare direttamente o indirettamente dall'uso delle informazioni contenute in questo rapporto. Tutte le informazioni contenute nel presente rapporto sono soggette a modifiche da parte di Globant senza preavviso. Nessuna parte di questo rapporto può essere ristampata o riprodotta senza l'autorizzazione preventiva e scritta di Globant. Tutto il contenuto, le immagini, i dati, le informazioni e altri materiali mostrati, inclusi i marchi commerciali e i diritti d'autore di Globant, sono di proprietà di Globant o del proprietario designato e sono protetti dalla legislazione applicabile.

Globant ▶